РЕШЕНИЕ

30 декабря 2011 года г. Саранск

Комиссия Мордовского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии: П. – исполняющая обязанности руководителя Управления,

члены Комиссии: Ш – начальник отдела контроля за рекламой и на рынке финансовых услуг, В - главный специалист - эксперт отдела контроля за рекламой и на рынке финансовых услуг, М. – специалист 1 разряда отдела контроля за рекламой и на рынке финансовых услуг,

рассмотрев 23 декабря 2011 года дело № 332/20-р по факту распространения в выпуске журнала «Шпилька» Саранск №XX (XX) ноябрь 2011 рекламы магазинов «Дамский салон» и «Танго» (на стр.27), содержащей признаки нарушения статьи 16 Федерального закона «О рекламе», рекламы Центра эстетической медицины «МедЭстетКлиник» (на стр.35), содержащей признаки нарушения части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе»,

возбужденное по инициативе Мордовского УФАС России,

в присутствии представителей:

лиц, в действиях которых содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе -

Индивидуального предпринимателя И..., интересы которой представляет на основании доверенности,

Общества с ограниченной ответственностью «Центр эстетической медицины МедЭстетКлиник», интересы которого представляет Левина Д.Н. на основании доверенности от 20.12.2011г.,

УСТАНОВИЛА:

Рассмотрение настоящего дела откладывалось определением от 15.12.2011г. № 414 об отложении рассмотрения дела № 332/20-р.

Обстоятельства распространения в выпуске журнала «Шпилька» Саранск №XX (XX) ноябрь 2011 на стр.37 рекламы пиццерии «Соренто» будут рассматриваться в рамках другого дела, выделенного в отдельное производство, в связи с чем в рамках настоящего разбирательства не рассматриваются.

В рамках настоящего дела рассматриваются обстоятельства распространения в выпуске журнала «Шпилька» Саранск №XX (XX) ноябрь 2011 рекламы магазинов «Дамский салон» и «Танго» (на стр.27) и рекламы Центра эстетической медицины «МедЭстетКлиник» (на стр.35), выявленной специалистами Мордовского УФАС России при выборочном просмотре периодической печатной продукции.

Размещенная на стр.27 журнала «Шпилька» Саранск №XX (XX) ноябрь 2011 информация о новой коллекции в магазинах «Дамский салон» и «Танго» (адреса магазинов: «Дамский салон»: Дом быта 2-ой этаж, ТЦ «Глобус» 2-ой этаж, «Танго»: Дом быта 2-ой этаж) таких товаров, как колготки, чулки, нижнее бельё, привлекает внимание к таким магазинам и реализуемым в них товарам, формирует и поддерживает к ним интерес, тем самым способствует их продвижению на рынке, что по всем признакам соответствует понятию рекламы.

Размещенная на стр.35 журнала «Шпилька» Саранск №XX (XX) ноябрь 2011 статья под заголовком «Похудеть? - Просто!», сопровождаемая фирменной символикой Центра эстетической медицины «МедЭстетКлиник», пометкой «реклама» и надписью «имеются противопоказанияперед применением проконсультируйтесь с врачем», также соответствует понятию рекламы.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» реклама - информация, распространенная любым способом, в любой форме и с помощью любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

В соответствии с пунктом 2 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» объект рекламирования – товар, средство индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности, либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

В первом случе объектом рекламирования является деятельность магазинов «Дамский салон» и «Танго» по реализации товаров для женщин - колготок, чулок, нижнего белья.

Во втором случае объектом рекламирования являются *медицинские услуги* Центра эстетической медицины «МедЭстетКлиник» по проведению биоимпедансного анализа, с помощью которого можно определить жировую и безжировую массы, процентное содержание жира и жидкости в организме, основной обмен веществ, активную клеточную массу (мышцы, органы, мозг и нервные клетки).

Согласно Отраслевым стандартам «Термины и определения системы стандартизации в здравоохранении», утвержденным Приказом Минздрава РФ от 22.01.2001 № 12, *медицинская услуга* - это мероприятие или комплекс мероприятий, направленных на профилактику заболеваний, их диагностику и лечение, имеющих самостоятельное законченное значение и определенную стоимость.

Реклама магазинов «Дамский салон» и «Танго» *не сопровождается пометкой «реклама» или пометкой «на правах рекламы»*.

В соответствии со статьей 16 Федерального закона «О рекламе» размещение текста рекламы в периодических печатных изданиях, не специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера, *должно сопровождаться пометкой «реклама» или пометкой «на правах рекламы»*. Объем рекламы в таких изданиях должен составлять не более чем сорок процентов объема одного номера периодических печатных изданий. Требование о соблюдении указанного

объема не распространяется на периодические печатные издания, которые зарегистрированы в качестве специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера и на обложке и в выходных данных которых содержится информация о такой специализации.

Распространение рекламы магазинов «Дамский салон» и «Танго» осуществлено на основании договора размещения рекламы, заключенного между ИП И... (издатель) и ИП Б.... (рекламодатель).

ИП И.... приобрела право на издание и реализацию регионального выпуска журнала «Шпилька» на территории г.Саранска на основании лицензионного договора от ., заключенного ИП А.... и ИП И.... При этом журнал «Шпилька» зарегистрирован в качестве развлекательного (женский журнал универсального содержания), в котором допускается реклама до 40%, что подтверждается свидетельством о регистрации средства массовой информации, выданным Федеральной службой по надзору в сфере массовых коммуникаций, связи и охраны культурного наследия.

Следовательно, журнал «Шпилька» является печатным изданием, не специализирующимся на сообщениях и материалах рекламного характера, в котором *распространение рекламы магазинов «Дамский салон» и «Танго» должно сопровождаться пометкой «реклама» или пометкой «на правах рекламы»*.

В рекламе медицинских услуг Центра эстетической медицины «МедЭстетКлиник» предупреждающая надпись о наличии противопоказаний к применению медицинских услуг и необходимости получения консультации врача составляет 0,5см х 14 см = 7 см2, то есть около 2% от общей площади рекламного сообщения.

В соответствии с частью 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе» *реклама* лекарственных средств, *медицинских услуг, в том числе* методов лечения, *медицинской техники должна сопровождаться предупреждением о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости ознакомления с инструкцией по применению или получения консультации специалистов*. В рекламе, распространяемой в радиопрограммах, продолжительность такого предупреждения должна составлять не менее чем три секунды, в рекламе, распространяемой в телепрограммах и при кино- и видеообслуживании, - не менее чем пять секунд и должно быть отведено не менее чем семь процентов площади кадра, а *в рекламе, распространяемой другими способами, - не менее чем пять процентов рекламной площади* (рекламного пространства). Требования настоящей части не распространяются на рекламу, распространяемую в местах проведения медицинских или фармацевтических выставок, семинаров, конференций и иных подобных мероприятий, а также в предназначенных для медицинских и фармацевтических работников специализированных печатных изданиях, и на иную рекламу, потребителями которой являются исключительно медицинские и фармацевтические работники.

Распространение рекламы медицинских услуг Центра эстетической медицины «МедЭстетКлиник» осуществлено на основании договора размещения рекламы №., заключенного между ИП И.... (издатель) и ООО «МедЭстетКлиник» (рекламодатель).

Общество с ограниченной ответственностью «Центр эстетической медицины МедЭстетКлиник» (сокращенное наименование ООО «МедЭстетКлиник») на

основании лицензии № ., выданной Министерством здравоохранения Республики Мордовия, осуществляет медицинскую деятельность при доврачебной медицинской помощи по: лечебной физкультуре и спортивной медицине, медицинскому массажу, организации сестринского дела, сестринскому делу, сестринскому делу в педиатрии, управлению сестринской деятельностью, физиотерапии; при амбулаторно-поликлинической медицинской помощи, в том числе: в) при осуществлении специализированной медицинской помощи по: дерматовенерологии, детской эндокринологии, косметологии (терапевтической), педиатрии, применению методов традиционной медицины, терапии, физиотерапии, эндокринологии.

Следовательно, ООО *«МедЭстетКлиник»* вправе оказывать *медицинские услуги по проведению биоимпедансного анализа, с помощью которого можно определить жировую и безжировую массы, процентное содержание жира и жидкости в организме, основной обмен веществ, активную клеточную массу (мышцы, органы, мозг и нервные клетки)*, а *в рекламе* таких услуг, распространенной в журнале «Шпилька», *предупреждению о наличии противопоказаний к их применению и использованию, необходимости получения консультации специалистов должно быть отведено не менее чем пять процентов рекламной площади*.

Таким образом, распространенной в выпуске журнала «Шпилька» Саранск №XX (XX) ноябрь 2011 рекламой магазинов «Дамский салон» и «Танго», которая не сопровождается пометкой «реклама» или пометкой «на правах рекламы», нарушены требования статьи 16 Федерального закона «О рекламе», а рекламой медицинских услуг Центра эстетической медицины «МедЭстетКлиник», в которой предупреждению о наличии противопоказаний к применению таких услуг и необходимости получения консультации специалистов отведено менее чем пять процентов рекламной площади, нарушены требования части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе», в связи с чем такая реклама является ненадлежащей.

В соответствии с пунктом 4 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Частью 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» определено, что рекламодатель несет ответственность за нарушение требований, установленных статьей 24 настоящего Федерального закона.

Частью 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» определено, что рекламораспространитель несет ответственность за нарушение требований, установленных статьей 16, частью 7 статьи 24 настоящего Федерального закона.

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

В соответствии с пунктом 7 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламораспространитель – лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Из сложившихся договорных отношений по распространению рассматриваемой

рекламы следует, что во всех случаях рекламораспространителем выступает ИП И...., а рекламодателем рекламы медицинских услуг Центра эстетической медицины «МедЭстетКлиник» - ООО «МедЭстетКлиник».

В соответствии с частью 4 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» нарушение рекламодателями, рекламопроизводителями, рекламораспространителями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

ИП И.... в письменном объяснении от 15.12.2011 (вх.№3900 от 15.12.2011), предоставленном в адрес Мордовского УФАС России, признала допущенные нарушения.

На заседании Комиссии ., представляющая интересы ИП И..., поддержала позицию индивидуального предпринимателя.

ООО «МедЭстетКлиник» в письменном объяснении (вх.№3966 от 22.12.2011), предоставленном в адрес Мордовского УФАС России, не согласилось с предъявляемыми претензиями, сославшись на то, что между редакцией журнала «Шпилька» и Центром эстетической медицины не согласовывался окончательный вариант макета рекламы, в связи с чем считает, что ответственность за допущенное нарушение полностью лежит на редакции.

На заседании Комиссии представитель ООО «МедЭстетКлиник» . поддержала письменные доводы Общества.

Комиссия отколняет доводы ООО «МедЭстетКлиник», исходя из того, что в рамках договора размещения рекламы №0. Общество подписало акт № ., которым подтвердило, что претензий по объему, качеству и срокам оказания услуг не имеет.

Обстоятельства распространения рекламы с установленными нарушениями указывают на необходимость выдачи предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать *ненадлежащей* рекламу магазинов «Дамский салон» и «Танго», размещенную в выпуске журнала «Шпилька» Саранск №XX (XX) ноябрь 2011 на стр.27, которая не сопровождается пометкой «реклама» или пометкой «на правах рекламы», поскольку такой рекламой нарушены требования статьи 16 Федерального закона «О рекламе».

2. Признать *ненадлежащей* рекламу медицинских услуг Центра эстетической медицины «МедЭстетКлиник», размещенную в выпуске журнала «Шпилька» Саранск №XX (XX) ноябрь 2011 на стр.35, в которой предупреждению о наличии противопоказаний к применению медицинских услуг и необходимости получения

консультации специалистов отведено менее чем пять процентов рекламной площади, поскольку такой рекламой нарушены требования части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

3. Выдать Индивидуальному предпринимателю И... журнал «Шпилька» Саранск; предписание о прекращении нарушения статьи 16 и части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

4. Выдать Обществу с ограниченной ответственностью «Центр эстетической медицины МедЭстетКлиник» (сокращенное наименование ООО «МедЭстетКлиник») предписание о прекращении нарушения части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе».

5. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Мордовского УФАС России для возбуждения дел об административном правонарушении в отношении лиц, в действиях которых присутствует состав административного правонарушения, предусмотренный статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 30 декабря 2011 года.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса РФ.

Председатель Комиссии:

Члены Комиссии:

ПРЕДПИСАНИЕ

О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

30 декабря 2011 года г.
Саранск

Комиссия Мордовского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии: П – исполняющая обязанности руководителя Управления,

члены Комиссии: Ш – начальник отдела контроля за рекламой и на рынке финансовых услуг, В - главный специалист - эксперт отдела контроля за рекламой и на рынке финансовых услуг, М. – специалист 1 разряда отдела контроля за рекламой и на рынке финансовых услуг,

на основании своего решения № 372 от 30 декабря 2011 года (резолютивная часть оглашена 23 декабря 2011 года) по делу № 332/20-р о признании *ненадлежащей рекламы* магазинов «Дамский салон» и «Танго», которая не сопровождается пометкой «реклама» или пометкой «на правах рекламы», поскольку такой рекламой нарушены требования статьи 16 Федерального закона «О рекламе», а также *рекламы* медицинских услуг Центра эстетической медицины «МедЭстетКлиник», в которой предупреждению о наличии противопоказаний к применению таких услуг и необходимости получения консультации специалистов отведено менее чем пять процентов рекламной площади, поскольку такой рекламой нарушены требования части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе»,

и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. **Рекламораспространителю – Индивидуальному предпринимателю И...** (журнал «Шпилька») *в пятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить* распространение *рекламы магазинов «Дамский салон» и «Танго»*, нарушающей требования статьи 16 Федерального закона «О рекламе», а также *рекламы медицинских услуг Центра эстетической медицины «МедЭстетКлиник»*, нарушающей требования части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе», а именно:

прекратить в дальнейшем распространение рекламы магазинов «Дамский салон» и «Танго», которая не сопровождается пометкой «реклама» или пометкой «на правах рекламы»;

прекратить в дальнейшем распространение рекламы медицинских услуг Центра эстетической медицины «МедЭстетКлиник», в которой предупреждению о наличии противопоказаний к применению таких услуг и необходимости получения консультации специалистов отведено менее чем пять процентов рекламной площади.

2. **ИП И....** представить в Мордовское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания **до 20 января 2012 года.**

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Мордовское УФАС России вправе в соответствии с частью 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить административный штраф на должностных лиц в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц – от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

Предписание может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса РФ.

Председатель Комиссии:

Члены Комиссии:

ПРЕДПИСАНИЕ

О ПРЕКРАЩЕНИИ НАРУШЕНИЯ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА

РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ О РЕКЛАМЕ

30 декабря 2011 года г. Саранск

Комиссия Мордовского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии: П. – исполняющая обязанности руководителя Управления,

члены Комиссии: Ш. – начальник отдела контроля за рекламой и на рынке финансовых услуг, В. - главный специалист - эксперт отдела контроля за рекламой и на рынке финансовых услуг, М. – специалист 1 разряда отдела контроля за рекламой и на рынке финансовых услуг,

на основании своего решения № 372 от 30 декабря 2011 года (резолютивная часть оглашена 23 декабря 2011 года) по делу № 332/20-р о признании *ненадлежащей рекламы* медицинских услуг Центра эстетической медицины «МедЭстетКлиник», в которой предупреждению о наличии противопоказаний к применению таких услуг и необходимости получения консультации специалистов отведено менее чем пять процентов рекламной площади, поскольку такой рекламой нарушены требования части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе»,

и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1, 3 статьи 36 Федерального

закона «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. **Рекламодателю – Обществу с ограниченной ответственностью «Центр эстетической медицины МедЭстетКлиник»** (сокращенное наименование ООО «МедЭстетКлиник») *в пятидневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить* распространение *рекламы медицинских услуг Центра эстетической медицины «МедЭстетКлиник»,* нарушающей требования части 7 статьи 24 Федерального закона «О рекламе», а именно:

прекратить в дальнейшем распространение рекламы медицинских услуг Центра эстетической медицины «МедЭстетКлиник», в которой предупреждению о наличии противопоказаний к применению таких услуг и необходимости получения консультации специалистов отведено менее чем пять процентов рекламной площади.

2. **ООО «МедЭстетКлиник»** представить в Мордовское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания **до 20 января 2012 года.**

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Мордовское УФАС России вправе в соответствии с частью 2.4 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях наложить административный штраф на должностных лиц в размере от двенадцати тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц – от трехсот тысяч до пятисот тысяч рублей.

Предписание может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса РФ.

Председатель Комиссии:

Члены Комиссии: